
Е.И. Горошко, Т.Л. Полякова

*Национальный технический университет «Харьковский
политехнический институт» (г. Харьков, Украина)*

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный
университет (г. Харьков, Украина)*

ОБЩЕНИЕ ОТ КЛАВИАТУРЫ И ГОЛОСА (ЗВУКА) – К ЭКРАНУ И ГОЛОСУ (ЗВУКУ) КАК НОВЫЙ ШАГ В РАЗВИТИИ КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОГО ОБЩЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ СЕТИ ФЕЙСБУК

С развитием сети Интернет стремительно развиваются все новые форматы коммуникации, возникающие на ее основе. И от термина *компьютерно-опосредованное общение*, возникшего с легкой руки Нэнси Бэрон в 1984 г., до введения в академический дискурс таких понятий как *компьютерно-опосредованное общение в социальных медиа*, *коммуникация 2.0* и некоторых других, прошло свыше 30 лет [Herring, 2013; Горошко, 2016]. Однако наиболее обобщающее понятие, которое возникает в 2011–2012 гг., это термин *общение от клавиатуры к экрану* (КЭК) (англ.: Keyboard-to-Screen Communication (абр.: KSC)), который объединяет все виды компьютерно-опосредованного общения, включая интернет-коммуникацию, коммуникацию в мультимодальных средах (в том числе, происходящую в социальных сетях, микроблогах или видеохостингах) (англ.: Multimodal CMC (абр.: MCMC)), общение с роботами (абр.: Robot-Mediated Communication (RMC)) (и некоторые другие виды общения) и который пока отсутствует в русскоязычном понятийном поле [Baron, 2003; Baron, 2008; Herring, 1997; Herring, 2013; Herring, 2014; Herring, 2015]. Необходимо заметить, что данный термин описывает все те различные формы коммуникации, реализуемые с помощью современных гаджетов, включая и ту, которая:

- имеет четко выраженную графическую (невербальную) составляющую;

- реализует все три формата общения: от одного – ко многим, от одного – к одному, и от многих – ко многим;

- и указывает на опосредование цифровым каналом передачи информации (мобильным, компьютерным, интернет и прочее) [Jucker & Durscheid, 2012: 40].

Более того, термин *общение от клавиатуры к экрану* учитывает и тот сдвиг в современных коммуникациях, когда от одного опосредованного канала передачи информации произошел переход к её трансформации и циркуляции в мультимодальных средах, когда осуществляется не только конвергенция каналов передачи, но также и форм и содержания коммуникации, а также фигур отправителя и получателя информации, замыкающая их в один постоянно сменяющийся круг позиций или ролей [там же: 41]. Эта конвергенция реализуется с помощью различных электронных приборов (ноутбуков, планшетов, смартфонов, айфонов и прочее), которых объединяют две общие вещи – ввод любой информации осуществляется с клавиатуры и вся передаваемая информация воспроизводится на экранах этих приборов, то есть от клавиатуры отправителя, проходя по электронному каналу, информация выводится на экран получателя. И именно эти два фактора являются системообразующими в этом типе коммуникаций.

Заметим также, что эта коммуникация не включает общение через программы типа Скайпа или голосовые мессенджеры, когда передача идет «с голоса», однако я думаю, что в перспективе должен появиться и более «расширительный» термин, который будет учитывать и возможность голосовой передачи информации – *общение от клавиатуры и голоса (звука) – к экрану и голосу (звуку)* (англ.: *Voice/Keyboard – Voice/Screen Computer-mediated Communication* (абр. VK-VS СМС)). Данный термин может быть использован с учетом последних изменений в компьютерных технологиях и появлением нового программного обеспечения, предоставляющего такие возможности (например, общение с помощью записи своей речи в мессенджерах Телеграм или ВатсАп).

Необходимо подчеркнуть, что эти новые формы общения, основанные на последних интернет-технологиях, позволяющих в режиме онлайн передавать мгновенно информацию практически любого формата (*видео-текст-звук*), будут способствовать возникновению все новых форм компьютерно-опосредованного общения, которое будет охватывать все разнообразие передачи информации практически с помощью любой семиотической системы. Так, в недалеком будущем достаточно скоро может появиться возможность вместе со звуками передавать тактильные или сенсорные ощущения, например запахи.

Если мы попытаемся структурировать это общение от клавиатуры и голоса (звука) – к экрану и голосу (звуку), то это можно сделать через ряд дихотомий:

1. Синхронность/асинхронность;
 2. Письменный/устный;
 3. Монолог/полилог;
 4. Текст/высказывание;
 5. Публичность/приватность;
 6. Мобильность/стационарность;
 7. Мономодальность/полиmodalность
- [Jucker&Durscheid, 2012: 42].

По мнению Андреаса Джукера и Кристи Дюршейд, границы между некоторыми дихотомиями достаточно размыты (например, синхронность/асинхронность коммуникации может быть просто представлена в виде постоянного потока смены состояний от дистантности до одновременности (или так называемого сосуществования постоянного в онлайн (англ.: co-presence, co-existence)), а некоторые, наоборот, проявляются все контрастнее *мономодальность vs полиmodalность*. Мы считаем также, что к этим семи дихотомиям можно добавить такие дихотомии как *интерактивность/отсроченность*, *линейность/гипертекстуальность* и может быть некоторые другие по мере развития этой формы общения.

Для иллюстрации этих дихотомий и *общения от клавиатуры и голоса (звука) – к экрану и голосу (звуку)* рассмотрим коммуникацию в социальной сети Фейсбук, которая метафорически может быть названа *коммуникацией 2.0*, то есть компьютерно-опосредованной коммуникацией, происходящей с помощью коммуникативных платформ второго веба, к которым относится вышеупомянутая сеть. Данная сеть является самой крупной социальной сетью мира, насчитывающей на 2017 год более 1,7 млрд. пользователей – это те пользователи, которые заходили на сайт хотя бы раз в месяц или были за указанный промежуток времени зафиксированы с помощью кнопки Like и следящих cookies (Internetworldstats, 2017).

Среднестатистические данные по этому сервису выглядят таким образом: у каждого пользователя этого сервиса примерно 130 друзей, 57% её пользователей чаще общаются в сети, нежели встречаются в реальной жизни, и 48% пользователей в возрасте от 18 до 34 лет заходят на этот сервис сразу же после того, как просыпаются утром. Каждые 20 минут на Фейсбук распространяется 1000000 ссылок, рассылается 1484000 приглашений на различные мероприятия, публикуется 1851000 обновлений в статусах пользователей, загружается 2716000 фотографий, отправляется 2716000 личных сообщений и пишется 10208000 комментариев [Кореспондент, 2012].

Для описания коммуникативного функционала сервисов Интернета, на наш взгляд, удобно использовать понятие *коммуникативный дизайн*, основанное на предложенном А.А. Атабековой термине «лингвистический дизайн», но с учетом коммуникативных возможностей собственно программного обеспечения (например, возможность ответа видео-аудио-текстовым сообщением) [Атабекова, 2002]. Под ним мы, прежде всего, понимаем некий формат, в рамках которого реализуются коммуникативные события и осуществляется направление информационных потоков. Коммуникативный дизайн содержит коммуникативные блоки, в рамках ко-

торых реализуются определенные речевые жанры. Исследователи выделяют следующие коммуникативные блоки, которые являются, на наш взгляд, частями коммуникативного процесса, который постоянно протекает через данную сеть.

Стержнем коммуникативного дизайна любой социальной сети является *обновление статуса*, или ответ на определенный вопрос, например «*Что ты думаешь*» (если это сеть Фейсбук). Обновление статуса или пользовательские сообщения (в терминологии И.А. Гронского) является системообразующей частью коммуникативной модели социальных сетей и, по сути, выступает аналогом коммуникативного сервиса форумов в сети Интернет. Именно благодаря этому коммуникативному блоку происходит наполнение контента социальной сети и никогда не прекращается её функционирование [Гронский, 2011].

Комментарии – способность прокомментировать практически любой аспект поведения пользователя в социальной сети (*комментарий к фото, видео, тексту, статусу и т.д.*) сегодня никого не удивляет, несмотря на то, что это важный инструмент проявления активности пользователя и поддержания интерактивности сервиса. По степени интенсивности проявления активности пользователя комментирование занимает не менее важную роль, чем блоггинг, однако любой комментарий будет вторичным, в причинно-следственной связи он всегда на втором месте. Однако часто именно комментарии вызывают, по мнению И.А. Гронского, еще больший интерес пользователей, порождая настоящую дискуссию, обнаруживая новые скрытые подтексты и иные прочтения оригинального сообщения (статуса пользователя). Коммуникативный блок *Друзья и последователи* (те, которые не могут комментировать авторский контент) – своеобразное «мерило» субъектной социальной активности, как считает И.А. Гронский. «Друзей» ищут, добавляют, предлагают своим друзьям общих друзей. «Дружба» в социальной сети – это двусторонняя, активная связь, которая позволяет людям общаться, обмениваться информацией как лично, так и в вирту-

альных сообществах «По интересам». Таким образом, социальная модель «Дружба» скопирована из реальной жизни и изначально смоделирована в сети так, как это видели ее разработчики, которые наделили социальную сеть только теми свойствами, которые вписывались в её коммуникативный дизайн: «поиск друга + добавление в друзья + общие друзья позволяют найти новых друзей + а также общаться с теми, кто есть у тебя «в-друзьях». Именно благодаря коммуникативной функции «Дружба» социальная сеть становится своеобразной квинтэссенцией человеческих отношений в виртуальном мире, позволяя создать виртуальное представительство своих друзей в Интернете, поддерживать с ними связь, публиковать сразу для всех друзей интересные материалы из своей жизни, работы, учебы и т.д. Количество друзей может являться мерой проявления активности пользователя, которая частично отображает популярность личности пользователя в реальном мире [Гронский, 2011]. Как замечает И.А. Гронский: «Коммуникативная модель дружбы в виртуальном пространстве демонстрирует чрезвычайно важную характеристику дискурсивности (контекстусальности) виртуальной коммуникации, когда создается не только понятие «дружба» и модель, по которой она функционирует, но и некий «фон» (общие друзья, общие интересы и т.д.), которые позволяют воссоздать, (хоть и частично) сложность и многовекторность реальных человеческих взаимоотношений» [Гронский, 2011: 141–142].

Коммуникативный блок *мессенджер* с возможностью видео-чата, который предоставляет возможность мгновенного обмена сообщениями со своими друзьями (чат) или видеоразговора подобно программе Скайп. Заметим, что чат предполагает *одновременность* доступа к социальной сети, *мгновенную* реакцию участников общения: и в этом смысле по динамике и интенсивности коммуникативного обмена он похож на очный разговор. Обмен же личными сообщениями или статусами не предполагает ответа «здесь и сейчас», участники этого типа коммуникации могут в разное время напи-

сать друг другу, поэтому синхронность (синхронность) здесь отсутствует, и, как следствие, активность пользователей здесь может быть значительно ниже, нежели в чате.

Группы – объединение пользователей в социальной сети. Аналог виртуальному сообществу, собранному с помощью коммуникативного сервиса социальной сети Фейсбук. Группы бывают открытые, закрытые (вступить можно только по приглашению и/или с одобрения администратора группы, тайные и прочие). Ранжируя группы по степени активности пользователей (аудитории), получаем следующий список (по степени снижения активности):

а) пользователи, которые сами создают группы по интересам, являясь инициаторами коммуникативного обмена сразу для всех пользователей, кого интересует та или иная проблематика, тот или иной предмет;

б) пользователи, состоящие в большом количестве групп, получающие определенную информацию о деятельности каждой из групп, участвующие в виртуальной жизни каждой из групп;

в) пользователи, не состоящие в группах, либо состоящие, но не пользующиеся групповой коммуникацией, не комментирующие сообщения, не участвующие в жизни групп [Гронский, 2011: 143–144].

Избранное – это встроенный в коммуникативную модель сервис, являющийся неотъемлемой частью социальной сети Фейсбук. Эта функция не требует от пользователя социальной сети конкретных действий по отбору наиболее важного контента. Скорее сама сеть самостоятельно ранжирует сообщения, публикации, ссылки, которые вызвали наибольший интерес друзей пользователя, то есть в качестве индикатора используется активность аудитории. При этом в сети Фейсбук существует и возможность провести категоризацию пользовательского «избранного» в зависимости от времени появления контента и степени популярности.

Поиск – возможность быстрого нахождения необходимой информации внутри социальной сети, начиная с друзей

виртуального участника коммуникации на другом континенте, и оканчивая файлом аудиозаписи, который необходимо прослушать пользователю. Кроме того, возможен поиск по группам, в которые уже вступил пользователь, поиск среди друзей, в массиве опубликованных заметок и т.д., одним словом, возможен поиск любой информации широкого профиля, окружающей пользователя социальной сети. Активность пользователя будет тем выше, чем чаще и интенсивнее он будет пользоваться поиском именно в рамках социальной сети, не переходя на сайты сторонних компаний. Важно, что таким образом поощряется активность аудитории именно в границах данной социальной сети.

Аудио-видео контент. Музыкальные и видеоматериалы, опубликованные пользователями, пользуются максимальным вниманием аудитории социальной сети, благодаря легкости их восприятия. Универсальность семиотических систем, используемых для кодирования аудио и визуальной информации, по мнению И.А. Гронского, снимает при усвоении языковые и интеллектуально-образовательные барьеры [Гронский, 2011: 147–148]. Именно интеграция аудио-видео ресурсов в коммуникативный дизайн сети дала возможность Фейсбук приобрести популярность по всему миру и обеспечить значительную долю генерации всего интернет-трафика. Важно отметить, что активными пользователями являются не только те, кто смотрят, но и те, кто самостоятельно размещает видео и аудио материалы.

Профиль пользователя (описанный нами ранее). Это своеобразная домашняя страничка в социальной сети, в рамках которой пользователь формирует свою идентичность и демонстрирует свое виртуальное «Я», помещая на своем профиле информацию биографического характера о себе, своих увлечениях и т.д., публикуя фотографии, выкладывая аудио и видео контент и прочее. Сюда же «стекается» информация от других пользователей, комментарии к сообщениям, публикациям, либо личные сообщения. Таким образом, профиль – это *виртуальное представительство* в социаль-

ной сети, своеобразный виртуальный офис, центр управления личным виртуальным пространством на данном коммуникативном сервисе.

Таким образом, для пользователя сеть Фейсбук это виртуальная коммуникативная школа, где пользователи проходят своеобразный путь обучения общению с другими участниками этого сообщества. Одновременно эта сеть достаточно жестко задает формат и регламенты виртуальной коммуникации, диктуя аудитории условия общения и формы проявления активности. На сегодня Фейсбук предлагает множество функций, с помощью которых пользователи могут взаимодействовать между собой. Среди наиболее популярных – виртуальное подмигивание, фото- и видео-альбомы и «стена», на которой знакомые пользователя могут оставлять сообщения, а также возможность выразить свое эмоциональное отношение к размещаемому контенту (от *нравиться* и *супер* до *слез* и *гнева* (Фейсбук на настоящий момент предоставляет шестизначную оценочную шкалу)).

Пользователь может также контролировать уровень доступа к информации, опубликованной в его профиле, и определять, кто имеет доступ к той или иной части страницы. В 2011 году Фейсбук предложил своим пользователям так называемый профиль «Ленты сообщений (хронотоп)» (англ.: Timeline <https://www.facebook.com/about/timeline>). Как видно, все статусы пользователя размещаются в синхронном режиме в обратном порядке (самые последние – сверху как в блогах). Также показываются наверху, сразу после пользовательской заставки (англ.: Cover), разделы «Друзья», «Фотографии», «Мне нравится», «Подписчики», «Деятельность», «Я рекомендую» и т.д. Далее идет краткая информация о самом пользователе: когда он родился, женился, учился и прочее, которая может выставляться в зависимости от пользовательских желаний. Затем следует постоянно обновляемая «Лента пользовательских статусов». На самом верху профиля находятся разделы, которые информируют пользователя о пришедших личных сообщениях, оповещениях о деятельности твоих друзей и виртуальных сообществ, в которых состоит

пользователь на Фейсбук, а также оценка пользовательской коммуникативной активности на данном сервисе: «кто распространил статус пользователя или фотографию, кому, что понравилось, кто и что написал под сообщениями в статусах» и прочее.

Пользовательский профиль в сети Фейсбук можно просматривать в двух режимах – «Пользовательского интерфейса» и «Новостной ленты», на которой обновляются все статусы друзей и тех пользователей социальной сети, на которых ты подписан. Также в этом режиме идут сообщения с тех страниц Фейсбук, которые помечены пользователем как «Мне нравится». В этом режиме, как видно, коммуникативное пространство делится как бы на две части: статическую и динамическую. На статической части расположены уже описанные разделы оповещений, а также в левой вертикальной части профиля в рубрике «Избранное» следуют разделы «Новости», «События», «Сообщения» и «Друзья». В рубрике «Связь» предлагаются две опции «Найти друзей» и «Пригласить друзей», затем идут страницы сети, модерируемые пользователем, затем группы, созданные пользователем, или те, в которые он вступил, а также внизу находится клавиша «Создать группу». Затем следуют рубрики приложений Фейсбук, используемых пользователем: «Фотографии», «Близкие Друзья» и «Хобби».

В динамическом режиме справа вертикально идет показ коммуникативных действий друзей и пользователей, на которых подписан владелец профиля, а также событий на страницах сети Фейсбук, которые нравятся пользователю. Под ним находится лента чата с друзьями. В центре профиля «идет» прокрутка (или «фид») всех тех статусов на Фейсбук, которые обновляются в просматриваемый момент и за которыми следует пользователь как друг, как подписчик и как отметивший (лайкнувший) страницу Фейсбук «Мне нравится»). Также в динамическом режиме постоянно всплывают в левой части экрана оповещения о коммуникативных действиях друзей и прочее на Фейсбуке.

На Фейсбуке также существуют особые предпочтения в показе личной информации (её по выбору пользователя можно показывать всем, избранным, только друзьям, друзьям друзей и прочее), есть возможность запрета нежелательным пользователям видеть пользовательский профиль и то, что делается на нем (существует так называемая функция «блокировка»). Можно также выбирать, какой контент и в каком режиме вы хотите просматривать от Ваших друзей (видео, аудио, сообщения, весь контент, или избранный, или маркированный как наиболее важный).

Таким образом, коммуникативный дизайн социальной сети Фейсбук достаточно сложен. Однако для пользователя в одном месте практически собраны (или конвергированы в стартовую страницу пользовательского профиля) различные коммуникативные блоки или сервисы, которые служат единой цели – эффективно общаться с помощью данного коммуникативного инструмента. Основная их задача – наладить коммуникативный контакт с такими же «простыми» пользователями. При этом каждый из видов коммуникации, представленный в социальной сети, реализован таким образом, чтобы требовать от пользователя минимальных усилий в овладении им, то есть коммуникативный дизайн сети Фейсбук в полной мере отвечает всем требованиям «дружественности ресурса» (англ.: user-friendly) для посетителей сети Интернет.

Социальная сеть, таким образом, выступает как некое коммуникативное пространство, инструмент, в котором ориентироваться и работать также удобно, как и в реальной жизни.

Если мы применим дихотомии, структурирующие коммуникативный процесс в общении от клавиатуры (голоса) к экрану (голосу), то в сети Фейсбук это реализуется следующим образом:

1. Синхронность/асинхронность коммуникаций в сети Фейсбук реализуется в постоянном коммуникативном потоке от обновлений статусов до комментариев и обмена репликами в мессенджере, создавая как бы непрерывное коммуникативное присутствие в ней;

2. Письменный/устный формат общения, то в Фейсбуке, по данным исследования Джукера и Дуршейд, обновление статуса носит более официальный характер и представляет письменную форму речи (особенно на официальных страницах лидеров мнений на Фейсбуке), а в комментарии и в мессенджерах преобладает письменно-устная форма речи или чисто устная в звуковом мессенджере сети [Jucker & Durscheid, 2012: 56–60];

3. Монолог/полилог, который реализуется путем комментариев на Фейсбуке или их отсутствия;

4. Текст/высказывание, также осуществляется за счет коммуникативных блоков Фейсбука *статус-комментарий-мессенджер-друзья-подмигивание – нравится/не нравится* и прочее;

5. Публичность/приватность реализуется на официальных страницах и профилей политических акторов или брендов, однако социальные границы в рамках этой дихотомии достаточно размыты. В Фейсбуке *частное* мгновенно может стать *общественным* и быть растиражированным миллионам пользователей сети, а *публичное* может быть отправлено в закрытый мессенджер или заблокировано пользовательскими настройками этой сети;

6. Мобильность/стационарность проявляется в том, что для всех пользователей доступны две любые версии программного обеспечения этого сервиса, однако мобильное приложение сети благодаря росту использования смартфонов и других мобильных гаджетов постоянно растет;

7. Мономодальность/полиmodalность пронизывает буквально всю сеть, так как у пользователей есть возможность во всех коммуникативных блоках размещать трехмерный формат данных текст-видео-аудио, а также создавать его с помощью приложений сети, и именно эта особенность сети (возможность создания и тиражирования трехмерного семиотического контента и делает ее столь привлекательной как для отправителей сообщений, так и для их получателей).

Анализ функционирования названных выше элементов коммуникативной модели Фейсбук позволил сделать следующие выводы:

Модель этой социальной сети предполагает глобальность в самом широком смысле этого слова – пользователи всех стран мира здесь как бы объединились в одну гигантскую глобальную структуру, называемую социально-коммуникативным пространством, глобальной доской общения для всего мира. Одновременно процесс вхождения в виртуальную социальную сеть повторяет аналогичный: процесс в реальности: стать полноправным участником социальной сети можно, как и в реальном социуме – только пройдя определенный путь познания. Здесь, как и в реальной жизни, активность является необходимым условием заметности пользователя и его продвижения.

Заметим также, что разработчики сети Фейсбук как бы смоделировали социум в виртуальном мире, с его сложными многообразными связями, тем самым отвечая запросам, существующим в реальной жизни. При этом открывая свой профиль на Фейсбук и становясь участником коммуникативного процесса, пользователь не может повлиять на её коммуникативную модель, ибо она создана для того, чтобы организовывать коммуникативное поведение пользователей по своим внутренним коммуникативным правилам [Гронский, 2011: 149]. При этом коммуникативная модель Фейсбук удобна в использовании, концентрируя всю информацию в одном месте, понятно и просто организована.

Таким образом, можно сделать вывод, что стремительное развитие информационных технологий привело к существенным изменениям не только в сфере науки и техники, но и в сфере коммуникации. Эти изменения столь глобальны и интенсивны, что постепенно уходят в прошлое не только традиционные формы коммуникации, подразумевающие контакт только «лицом к лицу» при помощи вербальных и невербаль-

ный средств, но и те, которые появились сравнительно недавно – общение с помощью телефона, телеграфа, пейджеров и т.п. Им на смену приходят совершенно новые формы коммуникации, одной из которых и стало общение от клавиатуры и голоса (звука) – к экрану и голосу (звуку), основанное на развитии новейших интернет-технологий и представленное в социальной сети Фейсбук. Объединение в себе возможности как синхронного, так и асинхронного общения, устного и письменного формата коммуникации, возможности монологического и полилогического общения, текста и высказывания, возможности как публичного общения, так и частного, мобильности и стационарности, возможности создания трехмерного семиотического контента (мономодальность и полимодальность) делает данную форму коммуникации как инновационной, с одной стороны, так и универсальной, гибкой, доступной, с другой стороны. Коммуникация от клавиатуры и голоса (звука) – к экрану и голосу (звуку) открывает как новые возможности общения для простых пользователей, так и большие перспективы исследований для ученых разных направлений – социологии, психологии, лингвистики и т.д. и, таким образом, определяет перспективы дальнейших исследований.

Библиографический список

1. *Baron, N.S.* Always on. Language in an Online and Mobile World. – Oxford: Oxford University Press. – 234 p.
2. *Baron, N.S.* Language of the Internet // The Stanford Handbook for Language Engineers. – Stanford: CSLI Publications, 2003. – P. 59–127.
3. *Herring, S.C.* Computer-Mediated Discourse Analysis [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://www.cios.org/www/ejc/v6n396.htm>, дата доступа – март 2016.
4. *Herring, S.C.* Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured, and emergent [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/GURT.2011.prepub.pdf>, дата доступа – ноябрь 2016.

5. *Herring, S.C.* Language and the Internet [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/concise.pdf>, дата доступа – март 2016.
6. *Herring, S.C.* New frontiers in interactive multimodal communication [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://info.ils.indiana.edu/~herring/hldc.pdf>, дата доступа – март 2016.
7. *Herring, S.C.* Research: Computer-mediated communication [Электронный ресурс] // Режим доступа http://www.asis.org/Bulletin/Feb-14/FebMar14_Herring.html, дата доступа – март 2016.
8. *Internetworldstat* [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, дата доступа – декабрь 2016.
9. *Jucker, A., Durscheid Ch.* The Linguistics of Keyboard-to-screen Communication. A New Terminological Framework [Электронный ресурс] // Режим доступа http://www.linguistik-online.org/56_12/juckerDuerscheid.html, дата доступа – ноябрь 2016.
10. *Timeline* [Электронный ресурс] // Режим доступа <https://www.facebook.com/about/timeline>, дата доступа – ноябрь 2016.
11. *Атабекова, А.А.* Лингвистический дизайн Web-страниц: Монография. – М.: Изд-во Сигналь, 2002. – 168 с.
12. *Горошко, Е.И.* Новые тенденции в развитии интернет-лингвистики: общение от клавиатуры (звука) к экрану (звуку) // Верхневолжский филологический вестник = Verhnevolzhski Philological Bulletin: научный журнал. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2016. – № 4. – С. 143–153.
13. *Гронский, И.А.* Социально-философские основания активности интернет-аудитории в сетевой коммуникации: дис. ... канд. философ. наук. – Н.Новгород, 2011. – 198 с.
14. Кореспондент: Новая вера. Социальные сети ломают привычные схемы общения украинцев [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://korrespondent.net/business/web/1331359-korrespondent-novaya-vera-socialnye-seti-lomayut-privychnye-shemy-obshcheniya-ukraincev>, дата доступа – май 2017.